**Studija slučaja:**

**Virgin Atlantic – “Riblja kost” od milijardu dolara**

|  |  |
| --- | --- |
| **Ključne riječi (meta tag)** | Virgin, zrakoplovna kompanija, inovacije, vizija |
| **Pripremio** | Internet Web Solutions |
| **Jezik** | Hrvatski |
| **Studija slučaja** | |
| U želji za nadogradnjom vrhunske ponude na letu, vlasnik Virgina Richard Branson ispitao je vojsku dizajnera o prijedlozima remonta kako bi zadržao prednost nad konkurencijom. Unatoč velikom rasponu prijedloga, vodstvo Virgina nije u potpunosti našlo što je tražilo pa su odlučili dati priliku jednom od svojih mladih zaposlenika, Joeu Ferryju, koji je u više navrata tvrdio kako ima rješenje.  Dobivši zadatak koji definira karijeru, Ferry je dobio slobodu i mnogo resursa kako bi opravdao povjerenje koje mu je ukazano. Nije trebalo dugo da stignu rezultati: prepoznatljiv raspored spavaćih soba Virgin kao “riblja kost”.  Ovi apartmani su prihvaćeni s entuzijazmom ciljane potrošačke skupine, što se pretvorilo u veliki rast prestiža marke i njezinih prihoda. Ali iznad svega, bio je to tako odvažan potez koji je Virginu omogućio da bude ispred konkurencije, postavljajući novi standard koji će trajati godinama.  Kada govore o izvorima za nove ideje i proizvode, ljudi imaju tendenciju razmišljati o start-upovima, često zanemarujući talente koji već rade u tvrtki. Ironično, upravo zbog toga poduzetnici unutar poduzeće briljiraju: može ih se čuti, upravljati njima i biti već su na raspolaganju, a već su predani organizaciji i njezinim vrijednostima | |
| **Poveznica** | <https://www.inteliment.com/ceo-corner/heres-why-i-am-a-big-fan-of-intrapreneurship/> |